

**KREDIBILITAS KORAN PABELAN DIMATA MAHASISWA UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SURAKARTA**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika**

Oleh:

KARISMA RIO ANDRIANTO

L 100 100 084

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2016

HALAMAN PERSETUJUAN

KREDIBILITAS KORAN PABELAN DIMATA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

**Karisma Rio Andrianto
L100 100 084**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



Dian Purworini S.Sos, MM

NIK.1102

HALAMAN PENGESAHAN

KREDIBILITAS KORAN PABELAN DIMATA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

**OLEH
KARISMA RIO ANDRIANTO
L100100084**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Jum'at 4 November 2016
dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Dewan Penguji

- 1. Dian Purworini, S.Sos, MM
(Ketua Dewan Penguji)**
- 2. Agus Triyono, S.Sos, M.Si
(Anggota I Dewan Penguji)**
- 3. Budi Santoso, M.Si
(Anggota II Dewan Penguji)**



Dekan,



Husni Thamrin, Ph.D

NIK. 706

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, *4 November* 2016

Penulis



KARISMA RIO ANDRIANTO

L 100 100 084

KREDIBILITAS KORAN PABELAN DIMATA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

(Studi Deskriptif Kuantitatif mengenai kredibilitas Koran kampus Pabelan dimata Mahasiswa Anggota Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Universitas Muammadiyah Surakarta (UMS))

Abstrak

Penelitian ini mengeksplorasi mengenai kredibilitas dari media berita cetak atau koran. Yaitu kredibilitas Koran Pabelan di mata Mahasiswa anggota Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penelitian ini dilakukan di kota Surakarta tepatnya di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif, skala pengukuran dengan menggunakan Skala Lingkert dan menggunakan kuisisioner sebagai sumber data. Sampel dari penelitian ini adalah anggota aktif Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Kredibilitas yang di ukur melalui tiga indikator yaitu keahlian, kepercayaan, dan ketertarikan ditemukan bahwa kredibilitas Koran Pabelan dimata anggota Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta adalah positif. Secara garis besar Koran Pabelan adalah Koran yang Kredible sebagai Koran Kampus. Namun tetap harus dilakukan evaluasi lagi di beberapa item variabel karena masih ada kelemahan di beberapa variabel yang dapat mempengaruhi kredibilitas Koran Pabelan menurun. Penelitian ini mengukur kredibilitas Koran Pabelan dimata Mahasiswa dimana penelitian Kredibilitas terkait dengan Koran Pabelan baru pertama kali dilakukan setelah 11 tahun koran tersebut berdiri.

Kata Kunci: Kredibilitas, Koran, Media Massa, Komunikasi Massa.

Abstracts

This study is to explores about credibility of newspaper. The credibility is that the Pabelan Newspaper in the eyes of the members Badan Eksekutif Mahasiswa of the Universitas Muhammadiyah Surakarta. This research was conducted in the city of Surakarta at Universitas Muhammadiyah Surakarta. The quantitative descriptive methodology arranged to support the study while the measurement scale used Lingkert scale and using the questionnaire as a data source. The sample of this research is an active member of Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Credibility in the measure through three indicators, namely three factors expertise, trustworthiness, and attractiveness found that the credibility of the Pabelan Newspaper in the eyes of the Badan Ekskutif Mahasiswa of Universitas Muhammadiyah Surakarta is quite positive. In the outline of the Pabelan Newspaper is credible as the Campus Newspaper. But to do the evaluation again in some variable item because there are still weaknesses in some of the variables that can affect the crediblity Pabelan Newspaper decreased. This research while measurment Pabelan Newspaper in the eyes of Students where the credibility of research related to the Newspaper this is the first research for Pabelan Newspaper after 11 years of its existence that makes this study interesting and helpful.

Keywords: Credibility, Newspaper, Mass Media, Mass Communications

1. PENDAHULUAN

Kehadiran media baru seperti halnya media berita *online* memang mengancam para penerbit media cetak. Namun hal itu tak lantas membuat mereka berbondong-bondong beralih ke media *online*. Media cetak kuat, Punya karakter yang khas. Itu yang membuat sebagian besar masyarakat lebih memilih media cetak daripada media *online*. Berita yang jelas, lengkap, dan terperinci menjadi nilai lebih dari media cetak. Kolom-kolom berita pada media cetak yang mengupas tuntas suatu masalah selalu dinanti masyarakat. Selain itu, berabad-abad media cetak telah mengiringi perkembangan peradaban manusia, sehingga tak mudah untuk dilupakan (www.jurnalposonline.com).

Media cetak memiliki kemampuan untuk bertahan di pasaran, meski pesaing muncul dengan teknologi canggih dimana memudahkan konsumen untuk mengaksesnya. Kemampuan media cetak seperti halnya Koran telah teruji mampu beradaptasi dari masa ke masa. Seperti ungkapan dari seorang praktisi Koran Sindo dalam sebuah acara seminar. Wakil Pimpinan Redaksi Koran Sindo Djaka Susila yang berpendapat, bahwa Sebagai sebuah media, koran sudah diuji sejak lama apakah bisa bertahan atau tidak, mulai dari kemunculan radio, televisi hingga saat ini media *online*. Membuktikan bahwa koran mampu beradaptasi dengan baik karena hingga saat ini, media konvensional satu ini tidak pernah mati. (www.uny.ac.id).

Menelisik juga pada Koran kampus yang masih beredar pada saat ini. Surat Kabar mahasiswa perguruan tinggi dan Universitas telah memainkan peran integral dalam kehidupan lembaga-lembaga mereka. Siswa yang berfungsi sebagai wartawan Surat Kabar kampus bernostalgia dengan sukacita tentang pengalaman mereka bekerja untuk Surat Kabar. Wartawan siswa menikmati pelajaran hidup, mengisi halaman isu-isu dalam peran mereka pelaporan, bekerja sebagai editor Berita, melayani sebagai editor di kepala, dan belajar tentang jurnalisme dan kehidupan pada umumnya (Terry L. Hapney, Jr., B.A., 2012). Pada umumnya setiap Universitas atau Perguruan Tinggi memiliki Koran yang dikelola oleh mahasiswa. Koran perguruan tinggi mencakup khalayak sasaran kecil, salah satu yang sempurna untuk pengiklan, meskipun biaya iklan yang lebih tinggi dibandingkan dengan koran umum. Sebuah survei tahun 1991 oleh CollegeTrack Inc menemukan bahwa ada sekitar 2.400 Surat Kabar kuliah-harian dan mingguan mencapai lebih dari 8 juta siswa (Clanin, 2004). Melihat pemaparan tersebut terbukti masih begitu besar peredaran Koran kampus.

Begitu kuat karakter media cetak Koran yang masih menjadikan pilihan konsumsi bagi khalayak. Koran kampus juga memiliki karakter yang sama meski cakupannya cenderung lebih kecil. Baran, 2007 mengungkapkan bahwasanya keberadaanya Surat Kabar cetak tradisional tetap menjadi salah satu bentuk komunikasi massa yang paling signifikan. Menemukan Surat Kabar di

Amerika Serikat akan menjadi rumit di setiap daerah metropolitan karena banyak di banyak kota memiliki media cetak Koran yaitu ada sekitar 9.800 Surat Kabar yang beroperasi di Amerika Serikat. Demikian pula dengan perguruan yang ada di Amerekia sebagian besar memiliki surat kabar masing-masing yang masih berkembang pada saat ini (Blair & Darrell, 2008)

Masyarakat Amerika dan penerbit Surat Kabar alternatif, yang mengkonsumsi kira-kira 10.000 ton kertas per minggu, telah mulai mendukung visi komprehensif baru untuk industri, salah satu yang berfokus pada meningkatkan kelangsungan hidup industri serta kelestariannya. Ini adalah visi mereka yaitu mengingatkan produsen mereka tidak sendirian dalam menentukan bagaimana mengatur pasokan dan segmen yang kuat, seperti media cetak koran yang masih berkembang (Bus at al, 2016). Begitu masih berkembangnya surat kabar yang beredar di Amerika menunjukan bahwasanya Koran masih menjadi pilihan masyarakat sebagai media penyaji infomasi. Laporan fitur 2015 dan 2016 saat ini memperkiraan ukuran industri (penjualan, pendirian, pekerjaan) untuk 61 terbesar dunia negara, seperti Jepang, Cina, India, Rusia, Kanada, Meksiko, Brasil, Argentina, UK, Perancis, Jerman, Italia dan U.S.. Laporan ini juga mencantumkan industri definisi, tren 5 tahun sejarah pada industri penjualan, pendirian dan pekerjaan dan perkiraan pada sampai dengan 10 sub industri, termasuk koran cetak, penerbitan di situs dan penerbitan koran komersial pada situs yang di cetak (Bharat, 2015).

Media cetak atau Koran harus bersaing dengan media lain, tampaknya agar tetap mendapat informasi yang terpercaya masyarakat tetap memilih koran sebagai sumbernya (Ghazali & Hayati, 2012). Pernyataan tersebut memperkuat bahwasanya koran masih menjadi pilihan masyarakat sebagai sumber informasi meskipun banyak media baru bermunculan. Sedangkan populasi dari perusahaan surat kabar di Indonesia cukup tinggi. Perkembangan media cetak selama lima tahun terakhir masih menunjukkan jumlah angka diatas 1000.

Rekapitulasi Dewan Pers tahun 2014, jumlah total media cetak yang terbit di Indonesia tercatat 567 media cetak. Rinciannya, 312 cetak harian, 173 media cetak mingguan dan 82 media cetak bulanan. Jumlah di atas membuktikan bahwa media cetak tidak tergeser begitu saja oleh media elektronik seperti media berita *online*. Tidak dapat dipungkiri pula bahwa media elektronik perlahan-lahan mulai mendominasi pasar karena kecepatan akses yang didapat. Sedangkan pada tahun 2015 jumlah media cetak di seluruh Indonesia berjumlah 1041. (www.dewanpers.or.id)

Jurnalisme dan media berita yang dibangun di atas kredibilitas. Kemunculan situs-situs berita online, jurnalisme di media berita tradisional memperoleh pesaing dalam penawaran berita (Poler Kovačić et al, 2010). Koran telah terlihat menjadi sumber terpercaya sejak 1704 , yaitu adalah seperti sebuah surat kabar Amerika disebut newsletter Boston. Populasi Inggris adalah sekitar 60 juta, sekitar 10 juta membaca surat kabar harian, dan banyak lainnya lebih baca koran

elektronik. Meski banyak yang mulai beralih ke media online namun realitanya masyarakat tetap memilih media cetak (123HelpMe.com).

Peredaran surat kabar memuncak pada tahun 1920an diukur dari rata-rata penetrasi rumah tangga dalam ukuran persen mencapai 130%. Setelah pada tahun 1950 peredaran surat kabar mulai menurun, ditandai ketika pertama kalinya penetrasi rumah tangga berada di bawah angka 100% (Lucena, 2011). Reaksi ini dapat dilihat sebagai merupakan suatu proses " perbaikan berita " yang menegaskan kembali otoritas kelembagaan media berita tradisional , dan legitimasi dari model tradisional jurnalistik (Poler Kovačić et al., 2010). Berawal dari situ media cetak mulai mencari kekurangan serta melihat apa yang dapat melegitimasi masyarakat untuk tetap memilih media cetak. Salah satunya dengan membangun kredibilitas.

Krisis kredibilitas telah menjadi subyek diskusi media dari Amerika, hal itu telah menjadi topik unggulan di banyak konferensi besar , termasuk orang-orang dari Asosiasi Surat Kabar Nasional , American Society Editor Koran (*George* ,1998). Dimulai pada tahun 1940-an , banyak peneliti mempelajari dampak dari kredibilitas sumber dipengaruhi interpersonal, memeriksa apa karakteristik membuat pembicara persuasif. Penelitian kredibilitas telah hampir seluruhnya berfokus pada media mainstream , khususnya surat kabar . Banyak dari studi ini dilakukan oleh organisasi berita yang takut bahwa jatuh kredibilitas akan menjadi sinyal penurunan lebih lanjut dalam pembaca dan iklan profit (Johnson & Kaye, 2004). Betapa pentingnya kredibilitas pada sebuah media berita maka tentunya sangat penting untuk dilaksanakan evaluasi lapangan mengenai hal tersebut. Karena dari pernyataan di atas kredibilitas berpengaruh pada penurunan pembaca dan juga iklan.

Setidaknya tiga penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas koran adalah bagian penting, karena penilaian rendah kredibilitas koran berpengaruh rendahnya tingkat penggunaan surat kabar dan dukungan bagi hak-hak pers.(Blake & Wyatt, 2002). Secara garis bahwa bahwa ada korelasi antara kredibilitas dengan minat baca terhadap suatu media. Pada penelitian ini akan menguji kredibilitas Koran kampus yang sudah lama beredar namun belum pernah di uji kredibilitasnya.

Seperti yang di alami oleh Lembaga Pers Mahasiswa Pabelan. LPM (Lembaga Pers Mahasiswa) PABELAN didirikan sejak tanggal 19 Maret 1977 yang pada waktu itu masih bernama Unit Penerbitan Kampus Mahasiswa (UPKM) PABELAN. Namun, pada saat musyawarah kerja yang ke XVI (th. 1999), berubah menjadi sebuah lembaga dengan berusaha untuk tetap eksis dan konsisten sebagai media yang pemberitaannya bersifat independent serta objektif.

Aktifitas jurnalistik di UPKM Pabelan yang sekarang berubah menjadi Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) Pabelan semakin semarak, ketika pada bulan November 1983 lahir embrio Koran mahasiswa dengan nama *PABELAN POS*. Beberapa saat kemudian, Koran *Pabelan Pos*

berubah menjadi “Tabloid *Pabelan Pos*” yang sampai saat ini rutin terbit setiap 2 bulan sekali. Pada tahun 2005, LPM Pabelan menambah lagi produknya yaitu “KORAN PABELAN” yang setia terbit setiap minggunya dengan isu-isu hangat seputar kampus. (www.pabepan-online.com).

Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) merupakan salah satu Universitas swasta yang cukup besar di Jawa Tengah. Tercatat mahasiswa aktif di UMS sekitar 26000 mahasiswa. UMS juga terdapat Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) yang bisa diikuti oleh mahasiswa UMS sebagai tempat untuk mengembangkan diri selain kuliah. Salah satunya adalah Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) Pabelan UMS yang aktif dalam dunia pers mahasiswa atau kampus.

Pada penelitian ini akan mengukur kredibilitas Koran Pabelan sebagai Koran Mahasiswa yang masih terbit hingga saat ini. Melihat Sejak pertama kali Koran terbit belum ada penelitian survey yang mengukur kredibilitas Koran pabelan sebagai Koran mahasiswa. Kredibilitas Koran Pabelan di mata Mahasiswa anggota Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta menjadi pokok pada penelitian kali ini. Persepsi mahasiswa merupakan hasil pengalaman dan tidak diperoleh dengan pengamatan sembarangan, melainkan dengan pengamatan panjang yang akhirnya akan berpengaruh pada minat membaca. Dengan demikian persepsi atau anggapan mahasiswa mempengaruhi kredibilitas sebuah media berita (Gumulya, 2007).

Berbagai macam karakter mahasiswa yang ada di UMS membuat tidak semua mahasiswa mengerti akan keberadaan dan fungsi Koran Pabelan. Namun beberapa kelompok mahasiswa yang intens memperhatikan berita yang disampaikan oleh Koran Pabelan. Koran kampus yang terbit setiap minggu ini menjadi sorotan Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM). Organisasi ini harus sering memperhatikan perkembangan dan isu-isu yang hangat beredar di sekitar kampus. Karena notabnya BEM merupakan perwakilan dari apa yang menjadi keinginan serta aspirasi mayoritas mahasiswa. Dengan demikian BEM harus peka mengenai isu- isu sekitar, dimana hal tersebut didapatkan dari informasi yang disampaikan oleh Koran Pabelan. Sistem media diberikannya kontrol atas sumber daya yang secara langsung mempengaruhi tujuan individu dan jaringan interpersonal hal pemahaman atau orientasi. Asimetri ini terutama terjadi pada periode perubahan sosial atau konflik dramatis ketika ada permintaan untuk informasi (Jakob, 2010). Oleh sebab itu penelitian melibatkan anggota BEM UMS sebagai sampelnya.

Pada penelitian sebelumnya dalam pengujian kredibilitas terkait dengan media adalah sebagai berikut: Kredibilitas antara media tradisional atau media cetak dengan media *online*, dari penelitian ini ditemukan bahwasanya media tradisional lebih terpercaya dibandingkan media online. Penelitian ini mengungkap wartawan media *online* kurang dapat di percaya dibandingkan dengan wartawan media tradisional di Slovenia. Tingkat kemampuan jurnalis media *online* lebih lemah dalam kualitas kontrol, dan sedangkan jurnalis media tradisional (koran) memiliki kualitas kontrol

yang tinggi sehingga para ahli menganggap perlu ada peningkatan kualitas pada jurnalis media *online* (Poler Kovačić et al., 2010).

Pada penelitian kedua masih terkait dengan pengukuran kredibilitas sebuah media berita. Kredibilitas yang baik pada Koran tentunya menjadi senjata yang penting untuk tetap bertahan di era sekarang yang mana Koran *online* banyak bermunculan dan semua orang dapat mengaksenya. Dari penelitian ini menunjukan bahwa kredibilitas sebuah media dapat diukur dari beberapa sub konstruksi. Kredibilitas dapat di bangun melaui beberapa aspek, menurut Hovold dianggap kredibel apabila memilih sub konstruksi utama yaitu keahlian dan kepercayaan. Berbeda lagi dengan Whirehead, ada empat faktor yang dapat membangun kredibilitas yaitu kepercayaan, profesionalisme atau kompetensi, dinamisme, dan kurangnya bias (Hyun Kim, 2009). Peneliti tersebut dijadikan acun peneliti sebagai penentuan variable pernyataan yang akan dijadikan kuisisioner.

TELAAH PUSTAKA

1 KOMUNIKASI MASSA

Effendi menjelaskan dalam Anggraini, Sutarso, & Santosa, (2014) Komunikasi merupakan hal pokok dalam kehidupan manusia, baik dalam aspek pendidikan, budaya, sosial maupun politik. Hal ini telah disadari oleh banyak cendikiawan sejak ratusan tahun lalu. Harold D. Lasswell menyatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi adalah menjawab pertanyaan, *Who Says What in Which Channel to Whom with What Effect*. Unsur-unsur yang terkandung di dalamnya yaitu komunikator (*communicator, source, sender*), pesan (*message*), media (*channel*), komunikan (*communicant, receiver, recipient*), dan efek (*effect, impact, influence*).

O'Sullivan menjelaskan komunikasi massa adalah komunikasi yang terjadi melalui film, surat kabar harian, penyiaran (kreasi distribusi massa dari informasi dan hiburan). Secara general Komunikasi massa adalah praktek dan produk memberikan hiburan rekreasi dan informasi kepada audiens yang dengan cara bersama, dibiayai, diproduksi industri, diatur negara, teknologi tinggi, swasta dikonsumsi komoditas di modern media cetak, layar, audio dan siaran (Rowland, 2002)

Masyarakat pada umumnya butuh akan informasi dan surat kabar hadir sebagai penyedia informasi, Media massa adalah salah satu perantara dari komunikator dalam membimbing pesan tersebut. Memiliki tujuan tertentu, Thomas M. Scheidel mengemukakan bahwa kita berkomunikasi terutama untuk menyatakan dan mendukung identitas diri, untuk membangun kontak sosial dengan orang di sekitar kita, dan untuk mempengaruhi orang lain untuk merasa, berfikir, atau berperilaku seperti yang kita inginkan (Mulyana, 2010).

2 Media Massa

Budi Susanto menyatakan bahwa media massa dalam masyarakat kita dewasa ini merupakan komoditas modern yang memiliki kelebihan dengan menawarkan kemungkinan untuk membentuk komunitas dengan kekuasaan untuk mengikat dan menyeragamkan, bahkan terjadi suatu pola hubungan yang tali menali antara organisasi dan media (Sulistyasningtyas, 2004). Menurut McQuail, media massa memiliki sifat atau karakteristik yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas (*universality of reach*), bersifat publik dan mampu memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa (McQuail, 2011).

Media massa mampu menciptakan hubungan yang baik antara organisasi dengan media oleh sebab itu media massa harus mampu menciptakan persuasif demi membangun kredibilitas. Media massa tidak hanya sebagai alat untuk menyebarkan informasi di seluruh bagian bumi, tetapi juga alat untuk menyusun agenda, serta memberitahukan kita apa yang penting untuk di hadiri (Jhon, 2008). Sepertihalnya Koran kampus yang hadir memebrikan informasi untuk mahasiswa untuk menyusun egenda dan memberitahukan mana yang perlu dihadiri dalam lingkup kampus. George Gerbner (1967) menegaskan kembali bawasanya pentingnya media massa sebagai berikut, “kemampuan untuk menciptakan khalayak, menjelaskan masalah, memberikan referensi umum, dan memindahkan perhatian dan kekuasaan.

Media massa pada dasarnya adalah media diskusi publik tentang suatu masalah yang melibatkan tiga pihak : wartawan, sumber berita dan khalayak. Ketiga pihak itu mendasarkan keterlibatannya pada peran sosial masing-masing dan hubungan diantara mereka melalui operasionalisasi wacana yang mereka konstruksi. Kemudian, sebuah media massa dilihat sebagai forum bertemunya phak-pihak dengan kepentingan, latar belakang dan sudut pandang yang berbeda- beda. Setiap pihak berusaha untuk menonjolkan basis penafsiran, klaim atau argumentasi masing-masing berkaitan dengan persoalan yang sedang dibicarakan (Triyono, 2012).

3 Surat Kabar

Surat Kabar diartikan sebagi Media Komunikasi massa yang diterbitkan secara berkala dan bersenyawa dengan kemajuan teknologi pada masanya dalam menyajikan tulisan berupa berita, feature, pendapat, cerita rekaan (fiksi), dan bentuk karangan yang lain. Tujuan dasar surat kabar adalah memperoleh berita dari sumber yang tepat untuk disampaikan secepat dan selengkap mungkin kepada para pembacanya (Lydia Elton, 2007).

Menurut Agee bahwa secara kontemporer surat kabar memiliki tiga fungsi utama dan fungsi sekunder. Fungsi utamanya adalah *to inform* , yaitu menginformasikan kepada pembaca secara objektif tentang apa yang sedang terjadi dalam suatu komunitas, negara, dan dunia. Yang kedua

adalah *to comment*, yaitu mengomentari berita yang disampaikan dan mengembangkannya ke dalam fokus berita. Dan fungsi yang ketiga adalah *to provide*, yaitu menyediakan keperluan informasi bagi pembaca yang membutuhkan barang dan jasa melalui pemasangan iklan di surat kabar (Putra, 2012).

Surat Kabar, agen berita dan siaran televisi adalah semua alat komunikasi diversifikasi yang menyampaikan berita paling termutakhir kepada masyarakat di seluruh dunia. Orang cenderung berharap media untuk melaporkan cerita yang paling signifikan, dari hobi mereka dan update pasar saham untuk isu-isu politik, dengan cara yang paling profesional dan efisien. Kelayakan berita yang disampaikan juga menjadi respon yang cukup baik untuk para khalayak (Musonda Kapatamoyo & Yu, 2016)

4 Kredibilitas

Kredibilitas adalah variabel yang dapat dikaitkan dengan atribut komunikator untuk penenerima pesan. Konsep kredibilitas telah diteleti bersama dan mendapatkan tiga dimensi utama yaitu sumber, pesan, dan media yang kredibel. Penelitian kredibilitas di mulai dengan peranya dalam proses (Chung, Kim, & Kim, 2010).

Kredibilitas media berita adalah sumber penting untuk penonton. Sumber kredibilitas yang dianggap terpercaya dilihat dari individu yang membangun pesan yang terepercaya begitu media berita ukuran kredibilitas dapat di evaluasi dari entitas yang besar (Poler Kovačić et al., 2010). Etinitas merupakan perpaduan dari beberapa atribut yang ada di dalamnya seperti penyedia keperluan informasi salah satunya.

Kredibilitas telah dibahas dalam tiga perspektif komunikasi: kredibilitas media, pesan / kredibilitas konten, dan sumber redibility. Kredibilitas media adalah tingkat persepsi kredibilitas dari pengguna yang di miliki media tertentu, seperti koran, televisi, internet, atau blog (Kang, 2010).

Karakteristik mahasiswa harus di pahami benar akan tercapainya kesinambungan antara media dengan konsumen. Mengapa penting untuk berurusan dengan hubungan antara kepercayaan, ketergantungan media, dan penggunaan sumber-sumber informasi alternative. Dari titik komunikasi peneliti pandang, kepercayaan di media adalah variabel yang menentukan karena memfasilitasi penggunaan media yang moderat hubungan antara pengguna media dan konten dan dengan demikian memungkinkan efek media yang langsung (Jackob, 2010).

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah serta mementingkan aspek keluasan data sehingga data atau hasil nantinya mampu menjawab rumusan masalah penelitian. Penelitian ini bersifat obyektif sehingga peneliti harus memisahkan diri dari data yang diolah, semuanya diuji dahulu batasan konsep dan alat ukurnya sehingga memenuhi prinsip reliabilitas dan validitas. Pembatasan konsep atau variabel yang akan diteliti dengan cara mengarahkan penelitian dalam seting yang terkontrol, lebih sistematis dan terstruktur dalam sebuah desain penelitian (Kriyantono, 2010).

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data. Sedangkan dalam riset kuantitatif dikenal metode pengumpulan data : kuesioner (angket), wawancara (biasanya berstruktur), dan dokumentasi. (Kriyantono, 2010). Pada penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner. Kuesioner survei dikembangkan untuk mengukur kredibilitas Koran pebelan sebagai Koran kampus di mata anggota Badan Eksekutif Mahasiswa. Metode ini memungkinkan peneliti dalam melakukan pengumpulan data dengan cara membagikan kuesioner yang nantinya akan diisi oleh responden. Pendekatan kuantitatif dengan metode survey dipilih karena mampu mengetahui respon Mahasiswa melalui data yang diperoleh dari responden, bahkan menurut White, Investigator, Fox, Rooney, & Coordinator (2007) metode ini mampu mengeksplorasi apa yang menjadi hasil dari penelitian melalui olah data.

Populasi dari penelitian ini adalah anggota Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) sebagai anggota aktif, pernah menerima informasi mengenai Koran Pabelan atau pernah membaca Koran Pebelan yang telah ditentukan oleh peneliti. Melihat dari data di lapangan yang menunjukkan jumlah anggota BEM yang aktif dan sesuai dengan karakteristik penelitian berjumlah 360 orang, maka peneliti menghitung sampel dari jumlah tersebut menggunakan rumus Slovin dengan batas kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10%. Dari jumlah populasi di atas maka akan dihitung jumlah sampelnya yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dengan menggunakan rumus tersebut, peneliti menemukan jumlah sampel sebesar 78,38 yang akan dibulatkan menjadi 100. Sehingga, peneliti menyebarkan kuesioner sebagai alat mengumpulkan data penelitian kepada 100 mahasiswa anggota BEM yang pernah membaca Koran Pabelan sesuai dengan karakteristik yang sudah ditentukan oleh peneliti. Karakteristik tersebut antara lain mahasiswa yang aktif tergabung dalam keanggotaan BEM Universitas Muhammadiyah Surakarta dan pernah bahkan sering membaca Koran Pabelan yang terbit setiap minggunya.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan menjadi informan peneliti untuk menjawab wawancara maupun mengisi kuesioner. Pengambilan sampel ini dilakukan untuk mewakili seluruh jumlah populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *random sampling* dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Teknik ini dipilih agar peneliti dapat menentukan secara acak siapa saja yang akan dijadikan sampel penelitian (Bungin, 2011). Informan yang dipilih disesuaikan dengan kualifikasi tertentu agar dapat menjawab rumusan masalah dari penelitian ini.

Metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode observasi berstruktur sehingga peneliti telah mengetahui aktivitas apa yang akan diamati, sehingga relevan dengan masalah dan tujuan penelitian karena peneliti sudah mempersiapkan materi pengamatan dan instrumen yang akan digunakan. Peneliti menyebarkan kuesioner berisi pertanyaan atau pernyataan serta jawaban berupa dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S),), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS). Kuesioner disebarkan kepada responden dengan cara mendatangi sekretariat BEM di beberapa Fakultas yang ada UMS, berkomunikasi langsung dan membantu responden apabila mengalami kesulitan dalam mengisi kuesioner dengan cara menjelaskan pernyataan yang terdapat dalam kuesioner. Proses pengumpulan data dilakukan di Universitas Muhammadiyah Surakarta dan dimulai pada Juli 2016. Kuesioner akan mengukur tentang kredibilitas Koran Pabelan dimata Mahasiswa anggota Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Variabel pernyataan di peroleh dari penelitian sebelumnya, kredibilitas dapat di ukur melalui tiga indikator. Indikator pertama yaitu dari aspek keahlian yang diturunkan menjadi variabel pernyataan seperti 1. Koran Pabelan adalah koran yang profesional, 2. Koran Pabelan ditulis oleh jurnalis yang profesional, 3. Koran Pabelan termasuk koran yang informatif, 4. Koran Pabelan memberikan informasi yang mendalam, 5. Koran Pabelan baik dikonsumsi bagi khalayak, 6. Koran Pabelan bermanfaat bagi khalayak, dan 7. Koran Pabelan Akurat adalah koran yang akurat dalam memberikan informasi. Indikator kedua yaitu dari aspek terpercaya yang diturunkan menjadi variabel pernyataan seperti berikut: 1. Koran Pabelan adalah koran yang objektif, 2. Koran Pabelan adalah koran yang berbobot, 3. Koran Pabelan adalah koran yang berimbang dalam memberikan konfirmasi, 4. Koran Pabelan adalah koran yang adil, dan 5. Koran Pabelan adalah koran yang berwibawa. Indikator terakhir yang digunakan untuk mengukur kredibilitas sebuah media adalah dilihat dari aspek Ketertarikan yang diturunkan menjadi variabel pernyataan sebagai berikut : 1. Koran Pabelan adalah koran yang atraktif, 2. Koran Pabelan adalah koran yang menarik, dan 3. Koran Pabelan adalah koran yang kreatif (Chung et al., 2010). Ketiga aspek tersebut dijadikan tolak ukur dalam mengukur kredibilitas Koran Pabelan dimata Mahasiswa anggota Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Profil Demografis

Pada tahap ini, peneliti akan menyajikan data dari hasil penyebaran kuesioner yang telah diisi oleh para responden yaitu para anggota Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan aplikasi *Statistic Product and Service Solutions (SPSS) for Windows* versi 16.0 dan disajikan dalam bentuk tabel dengan distribusi frekuensi. Dari data lapangan diperoleh 100 responden yang terdiri dari 52 perempuan dan 48 laki-laki.

3.2 Deskripsi Data

Tahap deskripsi data merupakan tahapan dimana peneliti membaca dan mengolah data sehingga akan ditampilkan hasil olahan data ke dalam bentuk table dengan data angka, dimana angka satu memiliki nilai rendah dan angka empat memiliki nilai yang tinggi sehingga dapat mempermudah peneliti dalam memahami penelitian tersebut. Peneliti menentukan populasi dan sampel sebagai subjek penelitian sebagai responden yang mengisi kuesioner. Populasi dari penelitian ini berjumlah 360 orang yang merupakan anggota aktif Badan Eksekutif Mahasiswa UMS dan telah sesuai dengan karakteristik yang sudah ditentukan oleh peneliti.

Karakteristik responden akan dibagi menjadi dua, yaitu berdasarkan jenis kelamin dan usia. Berdasarkan data yang telah diperoleh peneliti di lapangan, ditemukanlah karakteristik responden sesuai jenis kelamin laki-laki berjumlah 48 orang (48%) dan perempuan berjumlah 52 orang (52%) sehingga apabila dijumlahkan akan menjadi 100 orang (100%). Sedangkan karakteristik berdasarkan semester, dibagi menjadi 3 rentang semester yaitu semester 2, semester 4, semester 6 dan semester 8. Masing-masing rentang semester dihitung jumlah frekuensinya dan akan menghasilkan angka presentase yang apabila dijumlahkan akan menghasilkan presentase sejumlah 100% (100 orang). Karakteristik responden berdasarkan usia dan jenis kelaminnya akan dijabarkan dengan tabel berikut:

Tabel 1 & 2 Katagore penggolongan usia dan jenis kelamin

Semester	F	Persentase
2	25	25%
4	23	23%
6	32	32%
8	20	20%
Jumlah	100	100%

Jenis Kelamin	F	Persentase
Laki-laki	48	48%
Perempuan	52	52%
Jumlah	100	100%

Dapat dilihat dari tabel data jenis kelamin responden di atas bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak daripada responden laki-laki. Berdasarkan tabel karakteristik usia responden dapat dilihat bahwa dari semua responden yang mengisi kuesioner (antara semester 2-8), rentang semester 6 merupakan responden yang paling banyak mengisi kuesioner yaitu ada 32 orang atau berdasarkan presentase yaitu 32%.

3.3 Pengujian Persyaratan Analisis

- . (1) Uji Validitas Hasil kuesioner yang telah diperoleh, diuji validitasnya dengan menggunakan aplikasi SPSS *for windows*. Item-item pernyataan berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan bahwa item pernyataan tersebut valid. Pada penelitian ini menggunakan 100 responden sehingga dapat diketahui bahwa r tabelnya adalah 0.195. Nilai dari r hitung harus lebih besar daripada r tabel sehingga dapat dikatakan 'valid'. Peneliti akan meneliti uji validitas setiap aspek yaitu Aspek Keahlian, Aspek Terpercaya, dan Aspek Ketertarikan yang digunakan.

- Pada aspek pertama ada 7 pernyataan yang setelah diuji validitasnya ditemukan hasil pada pernyataan pertama adalah 0.579 pada pernyataan kedua adalah 0.605, pada pernyataan ketiga adalah 0.516, pada pernyataan keempat adalah 0.677, pada pernyataan kelima adalah 0.336, pada pernyataan keenam adalah 0.615, pada pernyataan ketujuh adalah 0.786. Ketujuh angka tersebut lebih besar dari pada angka r tabel yaitu 0.195 sehingga ketiga pernyataan pada aspek Sumber Informasi ini dinyatakan Valid.

- Pada aspek kedua ada 5 pernyataan yang setelah diuji validitasnya sehingga ditemukan hasil pada pernyataan pertama adalah 0.681 pernyataan kedua adalah 0.671 pernyataan ketiga adalah 0.634, pernyataan keempat adalah 0.648, dan

pernyataan kelima adalah 0.661. Angka-angka tersebut lebih besar dari pada angka r tabel yaitu 0.195 sehingga keempat pernyataan pada aspek Komunikasi ini dinyatakan Valid.

- Pada aspek ketiga ada 3 pernyataan yang setelah diuji ditemukan hasil yaitu pada pernyataan pertama adalah 0.641 pernyataan kedua adalah 0.635 dan pernyataan ketiga adalah 0.671. Angka-angka tersebut lebih besar dari pada angka r tabel yaitu 0.195 sehingga keenam pernyataan pada aspek Media yang digunakan ini dinyatakan Valid.

Kesimpulannya adalah pada ketiga aspek di atas yaitu Aspek Keahlian berisi 7 pernyataan, Aspek Terpercaya 5 pernyataan dan Aspek Ketertarikan berisi 3 pernyataan memiliki nilai lebih dari r tabel yaitu 0.159 sehingga dinyatakan valid.

- (2) Uji Reliabilitas Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas dari aspek Keahlian, Terpercaya dan Ketertarikan Media yang digunakan. Apabila digabungkan, ketiga aspek tersebut memiliki 15 butir pernyataan yang setelah diuji mendapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 3

Sumber: hasil olah data pada September 2016

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.890	15

Setelah peneliti melakukan uji reliabilitas, maka diketahui hasil *Cronbach's Alpha* dari hasil olah data adalah 0.890 yang mana hasil tersebut lebih besar daripada 0.6. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa alat ukur dalam penelitian ini Reliabel.

3.4 Analisis Data

Hasil dari tanggapan responden yang telah mengisi kuesioner dengan lengkap maka akan dikelompokkan dan diolah agar mendapatkan total skor terhadap aspek yang akan diukur. Nilai rata-rata skor yang diperoleh dari responden dikelompokkan ke dalam kategori Sangat Setuju (S)

skor 4, Setuju (S) skor 3, Tidak Setuju (TS) skor 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) skor 1. Nilai rata-rata akan diperoleh dengan rumus sebagai berikut

$$\begin{aligned}\text{Skala Penilaian} &= \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{Banyak Kategori}} \\ &= \frac{4 - 1}{4} \\ &= 0,75\end{aligned}$$

Hasil dari perhitungan di atas adalah 0.75 sehingga dapat dikategorisasikan penilaian skor sebagai berikut:

Tabel 4 : Kategori Penilaian
Sumber : hasil olah data pada September 2016

Skor	Kategori
1.00- 1,75	Sangat Negatif
1,76- 2.51	Negatif
2,52- 3.27	Positif
3.28- 4.00	Sangat positif

Melihat dari kategori di atas, maka distribusi tanggapan responden pada masing-masing aspek adalah sebagai berikut:

(1). Aspek Keahlian

Respon anggota Badan Eksekutif Mahasiswa dalam Aspek ‘Keahlian’ menghasilkan perolehan data sebagai berikut:

Tabel 5 : Kategori Penilaian

Sumber : hasil olah data pada September 2016

Keahlian

Dimensi	item kuesioner	jumlah skor	mean	median	sd
Keahlian	Koran Pabelan adalah koran profesional	281	2.81	3,00	0.465
	Koran Pabelan di tulis oleh wartawan profesional	283	2.83	3,00	0.473
	Koran pabelan termasuk koran yang informatif	304	3.04	3.00	0.470
	Koran pabelan memberikan informasi yang mendalam	262	2.62	3.00	0.565
	Koran pabelan baik dikonsumsi bagi khalayak	297	2.97	3.00	0.437
	Koran Pabelan bermanfaat bagi khalayak	302	3.02	3.00	0.449
	Koran Pabelan adalah koran yang akurat dalam memberikan informasi	256	2.56	3.00	0.641
Total		1985	19.85		
Mean		283.57	2.83		

Aspek Keahlian menghasilkan jumlah skor sebanyak 1958 dan memiliki nilai mean 2.83 yang merupakan nilai mean tertinggi diantara ketiga aspek yang diteliti. Nilai tersebut termasuk dalam kategori positif sesuai dengan rating skor skala penilaian. Dari nilai di atas berarti mahasiswa anggota BEM memandang keahlian yang dimiliki Koran Pabelan positif atau cukup baik.

Mahasiswa anggota BEM menganggap Koran Pabelan adalah koran yang informatif. Dimana mampu memberikan informasi yang dibutuhkan mahasiswa mengenai isu-isu yang berkembang di sekitar kampus. Meskipun keakuratan berita yang masih memiliki nilai rendah dibandingkan variabel yang lain, namun demikian dari data di atas variabel keakuratan masih termasuk dalam kategori yang positif. Hasil survey ini harus segera ditelaah, karena lemahnya akurasi berita dapat membuat isu-isu yang bias.

(2). Aspek Terpercaya

Respon anggota Badan Eksekutif Mahasiswa dalam Aspek ‘Terpercaya’ menghasilkan perolehan data sebagai berikut:

Tabel 6 : Kategori Penilaian

Sumber : hasil olah data pada September 2016

Terpercaya

Dimensi	item kuesioner	jumlah skor	mean	median	sd
Terpercaya	Koran Pabelan adalah koran yang Objektif	277	2.77	3.00	0.548
	Koran Pabelan adalah koran yang berbobot	270	2.70	3.00	0.541
	Koran Pabelan adalah koran yang berimbang dalam memberikan informasi	265	2.65	3.00	0.539
	Koran Pabelan adalah koran yang adil	264	2.64	3.00	0.578
	Koran Pabelan adalah koran yang berwibawa	264	2.64	3.00	0.612
Total		1340	13.40		
Mean		268	2.68		

Aspek ‘Terpercaya’ menghasilkan jumlah skor sebanyak 1340 dan memiliki nilai mean 2.68 dapat dilihat pada kategori perolehan skor termasuk dalam kategori respon positif. Artinya, Mahasiswa anggota BEM menganggap Koran Pabelan masih terpercaya dalam memberikan informasi dan masih terpercaya sebagai Koran kampus. Mahasiswa Anggota BEM juga menganggap Koran Pabelan sebagai koran yang Objektif dalam menyampaikan berita. Dimana artinya koran pabelan tidak melibatkan kepetingan dari pihak manapun dalam menyampaikan sebuah informasi. Namun dari ketiga aspek yang diteliti keterpercayaan memiliki nilai paling rendah di bandingkan dua aspek yang lainnya. Ini dapat dijadikan acuan untuk mengevaluasi kembali informasi yang akan disampaikan kepada mahasiswa.

(3) Aspek Ketertarikan

Respon mahasiswa Anggota BEM dari aspek “Ketertarikan” menghasilkan data sebagai berikut:

Tabel 7 : Kategori Penilaian

Sumber : hasil olah data pada September 2016

Ketertarikan

Dimensi	item kuesioner	jumlah skor	mean	median	sd
Tertarik	Koran Pabelan adalah koran yang atraktif	268	2.68	3.00	0.510
	Koran Pabelan adalah koran yang menarik	273	2.73	3.00	0.584
	Koran Pabelan adalah koran yang kreatif	279	2.79	3.00	0.574
Total		820	8.20		
Mean		273.33	2.73		

Pada Aspek ‘Ketertarikan’ menghasilkan jumlah skor 820 dan memiliki nilai mean 2.73 dan masuk dalam kategori positif. Pada aspek ini variabel koran pabelan adalah koran yang atraktif memiliki nilai yang paling rendah. Atraktif merupakan daya tarik yang menyenangkan, maka dari itu Koran pabelan perlu mengkaji ulang tentang variabel ini. Karena daya tarik yang menyenangkan tentunya berpengaruh besar pada minat baca yang nantinya dapat meningkatkan kredibilitas Koran Pabelan di mata mahasiswa anggota BEM UMS. Mahasiswa selama ini masih menganggap Koran Pabelan kurang menarik untuk dibaca di kalangan mahasiswa UMS. Dilihat dari nilai mean setiap butir pernyataan di atas dapat di simpulkan bahwa mahasiswa anggota BEM UMS menganggap Koran Pabelan kurang yang kreatif, menarik dan atraktif.

Hasil perhitungan Kredibilitas mahasiswa anggota badan Eksekutif mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakartapada tabel berikut:

Tabel 8: Kategori Penilaian
(Sumber: hasil olah data pada September 2016)

No	Dimensi	Mean	Kategori
1	Keahlian	2.83	Positif
2	Terpercaya	2.68	Positif
3	Ketertarikan	2.73	Positif
	Total	8.24	
	Mean	2.74	

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa aspek Keahlian memiliki nilai mean yang paling tinggi dari pada aspek yang lainnya.

3.5 PEMBAHASAN

Berdasarkan uji validitas terhadap variabel penelitian dari ketiga aspek di atas yaitu aspek Keahlian, Terpercaya dan Ketertarikan yang terdiri dari 15 pernyataan yang terdapat pada kuesioner dan telah disebarkan kepada 100 responden ini terbilang valid. Semua nilai yang dihasilkan r hitung lebih dari nilai r tabel (0.195) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan valid. Pada uji reliabilitas, hasil menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* menunjukkan angka 0.890 dan angka tersebut lebih besar daripada 0.6 dari setiap dimensi penelitian. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa semua kuesioner yang digunakan oleh peneliti dinyatakan reliabel atau konsisten.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa anggota BEM UMS masih menganggap Koran Pabelan sebagai Koran Kampus yang kredibel dalam menyampaikan informasi. Dilihat dari segi profesionalitas atau keahlian yang masuk pada kategorinilai positif. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Poler Kovačić, Erjavec, & Štular, 2010 menunjukkan bahwa kredibilitas surat kabar dapat di bangun dari profesionalitas dan kualiti kontrol yang baik dari media tersebut. Terkait dengan penelitian tersebut memperkuat pernytaan bahwa profesionalitas serta kualitas kontrol yang baik akan mempengaruhi kredibilitas sebuah media cetak atau Koran.

Dalam aspek profesionalitas dari survey yang telah dilakukan menunjukan nilai yang paling tinggi dibandingkan dengan dua aspek lainnya. Rata-rata variable menunjukan nilai 2.83 ini menunjukan angka yang masuk dalam kategori positif dalam membangun sebuah kredibilitas media. Variable yang menyatakan Koran Pabelan sebagai Koran yang informatif dan memberikan manfaat bagi mahasiswa yang memberikan point paling tinggi dibandingkan lima variable yang lainnya.

Surat kabar menjadi agen sosialisasi melalui pemberitaannya kepada khalayak. Dalam menjalankan fungsinya sebagai penyalur informasi, media massa harus selalu menunjukkan kredibilitasnya dalam memberikan informasi kepada masyarakat dengan menonjolkan pada aspek faktualitasnya (Kurniati, 2010). Mahasiswa Anggota Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta menganggap Koran Pabelan sebagai Koran yang kredibel. Kelamahan pada aspek keahlian terjadi pada variabel pernyataan Koran Pabelan adalah koran yang akurat dalam memberikan informasi. Apabila tingkat keakurasian berita masih diragukan tentunya akan berpengaruh pada berkurangnya minat baca dan parahnya ketika konsumen beralih ke media lain. Ketidakseimbangan ini dalam hubungan antara individu dan sistem media mungkin hilang ketika pengguna memiliki akses ke media alternatif atau memilih media lain dari competitor (Jakob, 2010). Oleh sebab itu masih perlu adanya evaluasi yang harus dilakukan oleh Koran Pabelan pada variabel keakuratan berita yang disampaikan oleh Koran Pabelan terhadap Mahasiswa. Pada penelitian sebelumnya ditemukan bawasanya isi konten berita, kreativitas, akurasi berita dan manfaat berita yang dapat dirasakan oleh masyarakat memiliki nilai yang paling tinggi (Chung et al., 2010).

Selanjutnya pada aspek Terpercaya masih memiliki nilai yang positif dikalangan mahasiswa anggota BEM UMS. Namun pada aspek ini perlu adanya evaluasi yang harus mendapatkan perhatian lebih dari Koran Pabelan. Karena dibandingkan kedua aspek lainnya terpercaya memiliki nilai paling rendah. Secara spesifik dapat dilihat dari dua variabel pernyataan mengenai Koran Pabelan adalah Koran yang adil dan berwibawa. Berita yang adil dapat dibangun ketika ada *cover both side* atau konfirmasi yang sama dari narasumber. Kebenaran meliputi adanya sumber yang jelas, akurasi, dan adanya *cover both side* dalam pemberitaan. Kebenaran yang terjadi di lapangan ditulis dalam pemberitaan pada surat kabar tanpa adanya tendensi dari wartawan yang menulis berita tersebut. Kebenaran dalam aspek faktualitas ini merupakan penyajian suatu peristiwa yang dapat dicek kebenarannya pada sumber dan disajikan tanpa komentar atau paling tidak dipisahkan secara jelas dari komentar (Kurniati, 2010). Menjaga efektifitas komunikasi yang telah terjalin antara media dengan stakeholder baik itu individu maupun organisasi mampu membangun kepercayaan dimana itu penting untuk membangun sebuah kredibilitas (Kang, 2010). Aspek keadilan dan kewibawaan Koran Pabelan juga berpengaruh dalam menjaga efektifitas komunikasi media dengan stakeholder, apabila tidak ada salah satu yang merasa dirugikan dan adil dalam memuat berita tentunya tidak akan menurunkan efektifitas yang sudah terjalin. Oleh sebab itu perlu diperhatikan betul-betul terkait dengan penyampaian berita yang adil tanpa ada tendensi dari wartawan sendiri atau bahkan dari pihak lain. Koran Pabelan perlu memperhatikan secara mendalam mengenai hal tersebut.

Terakhir pada aspek Ketertarikan berada dalam posisi di tengah-tengah dan tentunya masuk dalam kategori positif. Artinya dalam aspek ketertarikan dianggap mempengaruhi kredibilitas Koran Pabelan di mata Mahasiswa Anggota Badan Eksekutif Mahasiswa dimana berada pada nilai 2.73. Pada aspek ini yang memiliki dampak paling tinggi adalah pada variabel pernyataan bahwasanya Koran Pabelan adalah koran yang kreatif. Sedangkan dari ketiga variabel tersebut, pernyataan mengenai Koran pabelan adalah Koran yang atraktif memiliki nilai yang paling rendah. Koran yang menarik, kreatif, dan aktif mampu mempengaruhi minat baca dan juga kredibilitas di mata khalayak. Apabila media kurang memiliki ketertarikan bagi pelanggan akan menimbulkan media skeptis. Media skeptis dibangun didasarkan pada asumsi bahwa "orang-orang memiliki beberapa skema mental untuk apa 'media', dan bahwa orang-orang akan memiliki sikap terhadap media umum (Wace & Pacific, 2008). Apabila skeptis telah timbul dibenak pembaca akan berdampak kurang baik. Pernyataan bahwa Koran Pabelan adalah Koran yang menarik untuk dibaca juga memiliki nilai hampir sama dengan pernyataan Koran pabelan adalah koran yang kreatif dalam membangun kredibilitas di mata mahasiswa anggota BEM. Aspek ketertarikan memiliki penilaian yang stabil, hal ini perlu dipertahankan Koran Pabelan agar tidak mengakibatkan timbulnya ketidakpercayaan. Karena Stafati & Cappella menjelaskan ketidakpercayaan skeptis yang rendah atau skeptic terhadap media dapat mempengaruhi khalayak aktif mencari sumber alternatif informasi yang lain (Jackob, 2010). Oleh sebab itu kredibilitas Koran Pabelan harus dipertahankan dan ditingkatkan kembali. Supaya tetap menjadi media yang kredibel dan media yang mampu menyapaikan berita dengan kualitas yang baik dan membangun. Karena Koran Pabelan merupakan media berita yang dijadikan acuan sebagai sumber informasi terkait dengan isu-isu serta informasi yang berkembang di sekitar lingkungan kampus Universitas Muhammadiyah Surakarta.

4. PENUTUP

Penelitian ini menunjukan jika tingkat kredibilitas mahasiswa anggota Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta Koran Pabelan adalah positif. Secara garis besar Koran Pabelan dapat dikatakan sebagai koran yang kredibel. Namun demikian masih perlu adanya evaluasi yang harus dilakukan oleh Koran Pabelan pada variabel pernyataan yang telah dipaparkan di atas demi lebih meningkatnya tingkat kredibilitas yang didapatkan di mata Mahasiswa anggota Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Meski sudah banyak penelitian mengenai kredibilitas media, namun pada Surat Kabar Koran Pabelan baru pertama kali dilakukan semenjak Koran kampus Universitas Muhammadiyah Surakarta didirikan pada tahun 1977. Unsur kebaruan yang didapat dari penelitian ini adalah setelah 11 tahun Koran Pabelan berdiri baru ditemukan bahwa Koran Pabelan adalah Koran yang kredibel

di mata mahasiswa anggota BEM UMS. Penelitian ini terbatas pada sampel dan populasi karena hanya menggunakan responden anggota BEM. Diarahkan penelitian ini sebagai pijakan awal untuk penelitian selanjutnya pada Koran Pabelan yang berfokus pada kredibilitas.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan sample dan populasi yang lebih luas dengan penyebaran yang lebih merata mencakup seluruh kampus UMS. Sehingga dapat mengetahui tingkat kredibilitas Koran Pabelan sebagai Koran kampus secara menyeluruh. Responden penelitian ini juga tidak melibatkan Staff dan juga Dosen, sehingga dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya dapat melibatkan Staff dan Dosen UMS.

PERSANTUNAN

Penelitian sekarang ini tidak terlepas dukungan semangat dan moril dari berbagai aspek. Dukungan-dukungan telah dilakukan sebagai dorongan untuk terselesaikannya penelitian yang berbentuk jurnal ini. Kontribusi diluar penelitian yang menginginkan peneliti segera menyelesaikan dan mendapatkan gelar sarjana (S1) bisa terealisasi. Mengucapkan Alhamdulillah, peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar- besarnya kepada Ibu Dian Purworini, S.sos, MM selaku dosen pembimbing. Kedua orang tua, adik, serta teman-teman yang telah memberikan semangat. Peneliti benar-benar bersyukur atas terselesaikannya jurnal ini. Kepada Koran Pabelan yang memberikan kesempatan saya untuk melakukan penelitian dan memberikan masukan sebagai bahan evaluasi untuk lebih meningkatkan kualitas. Tidak lupa pula para responden anggota Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang berkenan mengisi kuisioner. Mengucapkan terimakasih kepada penulis-penulis jurnal sebelumnya yang peneliti jadikan acuan dalam menyusun jurnal ini supaya menjadi penelitian yang bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, C. E., Sutarso, J., & Santosa, B. (2014). Analisa Komparatif Rekrutmen Perempuan Dalam Partai Politik (Studi Kasus PDIP dan PKS Kota Surakarta), *VI*(2), 132–141.

Blair, D. E., & Darrell, E. (2008). A QUANTITATIVE ANALYSIS OF NEWS CREDIBILITY: CORRELATES OF COMMUNITY ACTIVENESS AND READERSHIP OF A COLLEGE NEWSPAPER.

Blake, K. R., & Wyatt, R. O. (2002). Has Newspaper Credibility Mattered? A Perspective on Media Credibility Debate. *Newspaper Research Journal*, *23*(1), 73–77.

Bus, T., Union, R., History, M., & Rights, C. (2016). a New Vision for Newspaper. *FOSS4G North*

- America 2016, (November). Retrieved from <https://2016.foss4g-na.org/>
- Chung, C. J., Kim, H., & Kim, J. H. (2010). An anatomy of the credibility of online newspapers. *Online Information Review*, 34(5), 669–685. <http://doi.org/10.1108/14684521011084564>
- Clanin, T. (2004). A READERSHIP SURVEY OF THE DAILY TITAN.
- Ghazali, A., & Hayati, A. (2012). NEWSPAPERS : TEENAGERS AND THEIR NEEDS.
- Gumulya, D. R. (2007). Persepsi kredibilitas Solopos dan minat baca mahasiswa.
- Jackob, N. G. E. (2010). No alternatives? The relationship between perceived media dependency, use of alternative information sources, and general trust in mass media. *International Journal of Communication*, 4, 589–606. <http://doi.org/1932-8036/20100589>
- Johnson, B. T. J., & Kaye, B. K. (2004). on T ~ Adkconal and the Internet Influence, 622–642.
- Kang, M. (2010). Measuring Social Media Credibility: A Study on a Measure of Blog Credibility. *Institute for Public Relations*, 59–68. <http://doi.org/10.1136/bmj.g5133>
- Kurniati, Y. B. H. T. (2010). Studi Analisis Isi Kredibilitas Media dalam Pemberitaan mengenai Muktamar Muhammadiyah 2010 dalam Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat tanggal 2-8 Juli 2010, 1–8.
- Lucena, A. A. (2011). The Print Newspaper in the Information Age, 12.
- Lydia Elton. (2007). PENGARUH PEMBERITAAN SURAT KABAR TERHADAP PERSEPSI MASYARAKAT PENGGUNA JASA TRANSPORTASI UDARA DI SURABAYA (Kasus Studi Kecelakaan Pesawat Adam Air). *Scriptura*, 1(2), 98–110. Retrieved from <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/iko/article/view/16686>
- Musonda Kapatamoyo, C. E. I., & Yu, J. (2016). Framing of race by local and national newspapers in the Baltimore unrest . An analysis of The New York Times and The Baltimore Sun ' s coverage of Freddie Gray ' s race By Arezou Vakili , Bachelor of Arts A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the R, (May).
- Poler Kovačić, M., Erjavec, K., & Štular, K. (2010). Credibility of Traditional vs . Online News Media: A Historical Change in Journalists' Perceptions ? *Medijska Istraživanja*, 16(1), 113–130.

Putra, R. F. (2012). eJurnal Mahasiswa Universitas Padjadjaran Vol.1., No.1 (2012), 1(1), 1–10.

Sulistyasningtyas, I. D. (2004). Pemberitaan di Media Massa sebagai Pembentuk Reputasi Organisasi, 113–125.

Terry L. Hapney, Jr., B.A., M. A. J. (2012). STUDENT NEWSPAPER GOVERNANCE ON PUBLIC UNIVERSITY CAMPUSES IN OHIO: HIGHER EDUCATION ADMINISTRATORS VS. STUDENT JOURNALISTS.

Triyono, A. (2012). Produksi Teks Dalam Perspektif Ekonomi Politik Media. *KomuniTi*, Vol.IV No.(1), 18–29.

Wace, P., & Pacific, A. (2008). Media scepticism, media diets and media landscapes: A consideration of US versus Australian political information environments. *Assessment*, (July), 8–10. <http://doi.org/10.1080/09593969.2010.491213>